

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Citra merupakan persepsi seseorang yang didasari atas apa yang mereka ketahui tentang suatu instansi. Persepsi tersebut berawal dari hadirnya instansi yang berada ditengah publik. Citra yang baik dari sebuah instansi sangat penting karena citra berdampak pada persepsi publik dan organisasi dalam berbagai hal terhadap suatu instansi. Instansi yang baik akan melahirkan citra yang baik dan kuat mempunyai manfaat-manfaat dalam jangka menengah dan dalam jangka panjang yang mantap, menjadi perisai selama masa krisis, menjadi daya tarik eksekutif yang handal. Citra memang sangat penting bagi setiap instansi, ada banyak cara yang dimiliki oleh instansi untuk mengelola dan memelihara citra agar publik tetap memiliki persepsi yang baik atau bahkan publik merasakan kemajuan instansi tersebut.

Citra sangat berpengaruh sekali kepada lembaga, karena citra merupakan gambaran dari benak diri seseorang. Baik dan buruknya suatu instansi merupakan bentukan dari lembaga itu sendiri. Citra dapat berubah menjadi buruk apabila kemudian tidak didukung oleh kemampuan atau keadaan yang sebenarnya. Purba (2015) menjelaskan bahwa citra adalah realitas, oleh karena itu program pengembangan dan pengelolaan citra harus didasarkan pada realitas. Citra tidak sesuai dengan realitas dan kinerja perusahaan baik oleh sebab perusahaan mempunyai kesalahan dalam berkomunikasi.

Banyak cara instansi memperoleh citra yang baik, salah satu cara untuk memperoleh citra yang baik yaitu dengan melaksanakan kegiatan yang dapat menyumbang citra positif. Kementerian Pertanian (Kementan) adalah organisasi pemerintahan yang membidangi urusan pertanian perkebunan dan peternakan, dengan banyak bidang yang menjadi garapannya. Kementerian Pertanian (Kementan) juga memiliki banyak cara untuk mengelola serta memelihara citra. Kegiatan yang sering diadakan oleh Kementan untuk mengelola dan memelihara citra lembaga yaitu dengan melaksanakan kegiatan pameran besar yang biasanya digelar untuk memperingati Hari Pangan Sedunia, menerima undangan untuk turut serta dalam pameran atau hanya sebagai pendukung acara pada kegiatan pameran tersebut dengan masih bertemakan tentang Kementerian Pertanian.

Kegiatan pameran merupakan bentuk dari pengelolaan dan pemeliharaan citra lembaga. Kegiatan tersebut dilaksanakan sesuai yang proposal yang telah didisposisi oleh pimpinan dan juga merupakan tugas dari Subbagian Pameran dan Peragaan bagian dari Biro Humas dan Informasi Publik. Tugas Subbagian Pameran dan Peragaan itu sebagaimana sudah diatur dalam Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor : 43/Permentan.OT.010/8/2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementan, didalam peraturan tersebut tertulis :

“Subbagian Pameran dan Peragaan mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan penyajian hasil pembangunan yang terbaru melalui penyelenggaraan pameran dan peragaan, serta pengelolaan perpustakaan”

Peraturan Menteri Pertanian tersebut menguraikan bahwa tugas dari Subbagian Pameran dan Peragaan yaitu dimulai menyusun rencana kerja dan anggaran kerja, melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pameran dan peragaan,

serta mengelola perpustakaan Sekretarian Jenderal Kementerian Pertanian. Hal ini merupakan salah satu kegiatan yang menjadi tugas untuk dilaksanakannya kegiatan pameran. Bukti nyata dari kebijakan menteri tersebut dapat dilaksanakannya kegiatan pameran yang menjadi salah satu dari pengelolaan dan pemeliharaan citra lembaga.

Berdasarkan dari hasil data sementara yang didapat, sejak tahun 2015 sudah melaksanakan kegiatan pameran Hari Pangan Sedunia dan menjadi pendukung pada kegiatan pameran yang lain atas ketentuan dari peraturan Menteri Pertanian tahun 2015. Kegiatan pameran ini dapat menyumbang citra positif kepada Kementan, dengan dilaksanakannya pameran dapat menjadi ikon Kementan dalam menggelar pameran atau keikutsertaannya dalam kegiatan pameran. Kegiatan pameran digelar berdasarkan tema yang sudah ditentukan dan sesuai dengan diperingatinya hari nasional yang berkaitan dengan dunia pertanian.

Ruslan (2012:239) menjelaskan bahwa pameran merupakan media promosi dan media komunikasi kepada pengunjung pameran, didalam suatu acara pameran terdapat strategi untuk menarik perhatian publik. Menarik pengunjung untuk memperkenalkan produk dan jasa kepada pengunjung, memberikan informasi tentang kelebihan dan keunggulan dari produk atau jasa yang ditawarkan, strategi tersebut merupakan cara untuk menarik perhatian masyarakat agar berkunjung ke pameran.

Kementan melaksanakan kegiatan pameran atas dasar ingin menyebarluaskan suatu pesan, informasi, persuasi dan sebagai sarana komunikasi antara Kementan dan masyarakat yang mengunjungi pameran. Kegiatan Pameran

tersebut diadakan agar publik menjadi ingat dan mengerti tentang apa yang ditampilkan pada pameran tersebut. Menurut Jak Dove, pakar audio Visual aids (AVA) dalam buku Ruslan (2012:238) mengatakan bahwa “ *Knowledge is absorbed through the five senses assessed in the following propotions.*” Artinya hampir semua pengetahuan tersebut atau 90% dapat diserap melalui panca indra manusia ketika yang bersangkutan hadir, menyaksikan dan memperhatikan pada suatu pameran berlangsung.

Pengunjung dapat merasakan lima hal yang dirasakan oleh panca indranya dalam mengunjungi pameran. Lima panca indra tersebut dapat merasakan dan menyerap informasi serta pengetahuan yang pengunjung rasakan saat berada didalam pameran. Pengetahuan yang dirasakan oleh ke lima panca indra dapat membuat pengunjung tidak akan pernah melupakan apa yang pernah dirasakannya selama mengunjungi pameran. Panca indra tersebut menyerap pengetahuan atas dasar yang ia terima. Panca indra tersebut meresap pengetahuan dengan cara apa yang ia lihat di dalam pameran, pengetahuan dan informasi yang ia dengar, dan juga apa yang ia rasakan selama mengunjungi pameran. Setiap pengunjung mempunyai esensi tersendiri dengan panca indranya.

Dalam melaksanakan kegiatan besar Kementan memilih tempat atas rapat yang sebelumnya sudah pernah dilaksanakan, atau jika memenuhi undangan untuk mengikuti pameran biasanya tidak hanya di Jakarta dan di sekitarnya, tetapi menyesuaikan pameran tersebut. Keikutsertaan Kementan pada kegiatan pameran digelar selain sebagai ajang komunikasi antara masyarakat dan Kementan, pameran juga memberikan pengetahuan untuk masyarakat yang mengunjungi

pameran, pengetahuan tersebut dapat diserap oleh panca indra manusia. Pengetahuan tersebut juga memiliki tujuan dari pameran, tujuan tersebut yaitu pameran sebagai sarana edukasi, sebagai sarana informasi, sebagai sarana komunikasi antara Kementan dan masyarakat, sarana penerima aspirasi masyarakat, pengenalan Kementerian Pertanian kepada masyarakat, memberikan informasi program kerja Kementerian Pertanian dan mempertemukan antara sesama masyarakat atau dapat terjadinya *bussines to bussines*.

Pameran sebagai media promosi dan sarana komunikasi antara lembaga dan masyarakat, sejatinya apa yang didapat masyarakat ketika mengunjungi suatu pameran yaitu pengetahuan yang dapat diserap melalui panca indra manusia. Panca indra tersebut merasakan apa yang ada disekitarnya, dan selama pameran berlangsung panca indra meresap semua pengetahuan ketika yang bersangkutan hadir dan memperhatikan kegiatan pameran berlangsung.

Berdasarkan informasi yang didapat sementara Peneliti melalui *e-survey* yang ada disetiap pameran berlangsung, untuk mengetahui kepuasan pengunjung serta banyaknya pengunjung terdapat web yang berisikan *e-survey* yang disediakan selama pameran berlangsung sehingga terlihat banyaknya jumlah pengunjung yang datang. Selain itu pada web *e-survey* ini juga berisikan tentang presentasi kepuasan pengunjung dengan banyaknya komentar yang baik tentang pameran dan sebagian merupakan tentang kepuasan pengunjung dengan dekorasi pameran Kementan. Dekorasi pameran merupakan hal yang penting demi menarik pengunjung untuk mengunjungi pameran. Hal menarik dari pameran Kementan pertanian yaitu pameran tersebut membagikan gratis berbagai benih yang

dibutuhkan masyarakat dan peserta, seluruh benih yang disediakan sudah habis terbagi sehari sebelum berakhirnya kegiatan pameran.

Menentukan desain tata ruang dalam suatu pameran merupakan hal yang sangat penting. Aseantino (2013) mengatakan bahwa desain tata ruang dalam penyajian suatu pameran arsip mempunyai tujuan agar pengunjung dapat merasa nyaman dalam menikmati suasana pameran karena desain tata ruang dapat menampilkan sebuah dekorasi ruang yang menarik dalam proses penyajiannya.

Berdasarkan pengamatan sementara dapat diperoleh informasi banyaknya kritik dan saran atas desain tata ruang yang disajikan menjadikan pameran Kementan memiliki ciri khas tersendiri. Desain tata ruang menjadikan salah satu yang menarik pada pameran, hal ini tidak terlepas dari kerjasama antara Kementan dan *event organizer* yang pada tahapan pra pameran sudah dipilih untuk membantu mensukseskan pameran. Pameran di dekor sedemikian menarik dengan membuah hasil yang dapat menjadikan nilai positif sebagai evaluasi untuk dikembangkan pada setiap pameran selanjutnya. Informasi yang diserap dari apa yang didengar, dilihat, dan dirasakan dapat menjadi lengkap dengan menumbuhkan rasa nyaman ketika pengunjung menyerap informasi yang ada dalam pameran.

Hasil dari pengamatan sementara sudah dipaparkan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian mengenai pengelolaan pemeliharaan citra melalui pameran Kementerian Pertanian Republik Indonesia dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan paradigma interpretive konstruktivisme dengan metode penelitian studi kasus. Tujuan peneliti

menggunakan metode ini agar peneliti dapat mengembangkan dan memperdalam hasil penelitian. Hal ini berdasarkan hasil observasi pra penelitian menunjukkan pengelolaan pemeliharaan citra Kementan dalam menggelar pameran sebagai alat persepsi pembentukan citra positif masyarakat dan berhasil membuat pengunjung pameran paus atas pameran yang digelar sedemikian rupa dengan memiliki keunikan dan ciri khas Kementan itu sendiri. Pameran tersebut dapat membentuk persepsi dan Kementan mengelola dan memelihara citra lembaga melalui pameran.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti mengambil fokus penelitian untuk membatasi wilayah penelitian yaitu “Pengelolaan Pemeliharaan Citra Melalui Pameran (Studi Kasus Biro Humas dan Informasi Publik Kementerian Pertanian Indonesia)

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana tahap riset yang dilakukan Kementan pada kegiatan pameran dalam pemeliharaan citra ?
2. Bagaimana tahap desain yang dilakukan oleh Kementan untuk menyampaikan pesan dalam kegiatan pameran?
3. Bagaimana tahap perencanaan yang dilakukan oleh Kementan demi mensukseskan rangkaian acara kegiatan pameran ?
4. Bagaimana tahap koordinasi antara Kementan dan *event organizer* ?
5. Bagaimana tahap evaluasi yang dilakukan oleh Kementan untuk mengetahui keberhasilan kegiatan pameran tersebut ?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk menghasilkan data kualitatif melalui studi kasus dalam meneliti pemeliharaan citra sebagai tujuan penelitian dalam Pengelolaan Pemeliharaan Citra pada Bagian Informasi Publik, Subbagian Pameran dan Peragaan Kementerian Pertanian Indonesia.

1. Untuk mengetahui tahap riset yang dilakukan Kementan pada kegiatan pameran dalam pemeliharaan citra.
2. Untuk mengetahui tahap desain yang dilakukan oleh Kementan untuk menyampaikan pesan dalam kegiatan pameran.
3. Untuk mengetahui tahap perencanaan yang dilakukan oleh Kementan demi mensukseskan rangkaian acara kegiatan pameran.
4. Untuk mengetahui tahap koordinasi antara Kementan dan event organizer.
5. Untuk mengetahui tahap evaluasi yang dilakukan oleh Kementan demi mencapai *goodwill*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi yang didasarkan pada studi kasus serta dapat menggambarkan tentang manajemen humas sebuah lembaga. Adanya penelitian ini agar lebih mengetahui citra suatu lembaga pada pameran yang digelar untuk mengelola dan memelihara citra lembaga serta langkah-langkah apa saja yang dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan penelitian

tentang pemeliharaan citra yang berbasis pada metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif.

a. Kegunaan Penelitian bagi Institusi Pendidikan

Memberikan kontribusi, pengertian dan pemahaman kepada mahasiswa mengenai pentingnya pemeliharaan citra yang bertujuan untuk mempertahankan citra lembaga, serta langkah-langkah apa saja yang dilakukan.

b. Kegunaan Penelitian Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat memahami, mengenal serta menerapkan secara aplikatif teori dan konsep Humas dan cara memelihara citra.

c. Kegunaan Penelitian Bagi Peneliti

Peneliti mendapatkan pengalaman sehingga peneliti dapat menganalisis penelitian ini dengan memperhatikan kesesuaian antara teori dan praktek serta penerapan tentang pemeliharaan citra di lapangan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

a. Kegunaan Penelitian Bagi Lembaga

Penerapan dari konsep pemeliharaan citra lembaga diharapkan dapat memberikan penjelasan dan kesadaran akan pentingnya memelihara citra di dalam perusahaan.

b. Kegunaan Penelitian Bagi Karyawan dan Pimpinan

Penerapan konsep pemeliharaan citra bagi lembaga untuk memahami bagaimana pengelolaan pemeliharaan citra lembaga dan bagaimana membentuk persepsi masyarakat.

c. Kegunaan Penelitian Bagi Pembaca dan Masyarakat Luas

Memberikan pengetahuan kepada pembaca tentang bagaimana pengelolaan dan pemeliharaan citra lembaga. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan ilmu baru kepada masyarakat bagaimana cara mengelola dan memelihara citra lembaga melalui pameran.

1.6 Landasan Pemikiran

Landasan pemikiran penelitian ini terdiri dari dua, yaitu penelitian terdahulu dan landasan konseptual.

1.6.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengawali peneliti untuk menelaah penelitian-penelitian yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan sehingga peneliti mendapatkan tujuan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga peneliti ini lebih kaya dan dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Aseantino, Dra. Ngesti Lestari, M.Si, Drs. Agus Riyanto (jurnal 2013). Penelitian ini berjudul Analisis Fungsi Pameran Arsip Sebagai Sarana Penyampaian Informasi Kepada Publik Oleh Badan Arsip Dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah Pada Pameran Arsip Keliling Di Kota Pekalongan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa, pameran memiliki peranan penting sebagai sarana penyampaian informasi kepada publik untuk dapat peduli dalam melestarikan arsip, dan dengan melihat antusiasme masyarakat yang datang mengunjungi pameran terlihat bahwa diadakannya pameran menjadi jembatan bagi Badan Arsip dan Perpustakaan Provinsi Jawa

Tengah dan masyarakat sekitar. Hal ini menjadi ketertarikan tersendiri dengan diadakannya pameran, sudah mampu mempromosikan layanan arsip.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Accun Purba (jurnal 2015) Penelitian ini berjudul Pelayanan Jasa dan Peningkatan Citra Instansi Perusahaan PT Angkasa Pura II (Persero). Hasil dari jurnal ini dapat disimpulkan banyak berbagai macam cara untuk memelihara citra perusahaan. Kegiatan pelayanan di PT. Angkasa Pura II (Persero) dapat meningkatkan citra perusahaan dengan pelayanan yang ditawarkan, walaupun masalah sering kali ditemukan namun petugas dapat ditutupi dan cukup responsif terhadap pengaduan-pengaduan yang ada.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Muhammad Nur Rizky Akil (skripsi 2012) penelitian yang berjudul Fungsi dan Peran Corporate Communication dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di PT. Garuda Indonesia (Perseoro) Tbk. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan corporate communication sebagai divisi yang berhubungan dengan segala bentuk komunikasi yang dilakukan Garuda Indonesia memiliki andil yang cukup besar proses pembentukan citra perusahaan. Beberapa indikator yang dapat dijadikan penilaian atas keberhasilan PT. Garuda Indonesia (Persero)Tbk. dalam meningkatkan citra, menjadi maskapai dengan peningkatan jumlah penumpang yang menggunakan maskapai Garuda Indonesia dari tahun-ke tahun, berbagai penghargaan yang diukir. Indikator-indikator tersebut menjadikan perusahaan terus meningkatkan citra, dengan memiliki penghargaan dan menjadi maskapai yang jumlah penumpangnya meningkat

pertahunnya akan dapat meningkatkan citra perusahaan. Upaya tersebut dapat masuk dalam point citra positif perusahaan.

Keempat, penelitian Lina Sinatra dan Rini Darmastuti (jurnal 2008) yang berjudul Kajian Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Tengah. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa program PR, pembentukan citra di perguruan tinggi swasta sangat penting sekali. Pemberian perhatian publik internal, dalam hal ini mahasiswa, pengajar maupun staff non akademik, perhatian tersebut dapat berimbas pada pembentukan citra yang baik dari perguruan tinggi swasta tersebut dimata mahasiswa. Citra merupakan cerminan apa yang dipikirkan dan apa yang didasarkan. Melalui pihak internal peran PR perguruan tinggi swasta dapat membentuk citra. Pembentukan citra dalam upaya peningkatan intake mahasiswa juga dijalin melalui publikasi media, hal ini dapat terlihat hubungan dengan media dapat terjalin dengan serius dan kontinyu. Teknik ini cukup efektif untuk menyebarkan informasi yang baik di media akan membentuk citra positif kepada masyarakat.

Kelima, penelitian Tuti Kumariyah (skripsi 2016) yang berjudul Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Kasus di Perusahaan Pringsewu Baturraden Purwokerto). Hasil dari penelitian yang ditelitinya dapat disimpulkan peranan PR menjadi komunikator bagi publik internal dan eksternal baik hubungan dengan karyawan atau masyarakat. Peran PR sebagai fasilitator memanfaatkan kegiatan kunjungan ke instansi, hal ini dapat menjalin relasi antara perusahaan dengan instansi lain. Peranan PR sangat menunjang citra perusahaan, tidak hanya itu perusahaan Pringsewu Baturraden

Purwokerto mempunyai fasilitas untuk pengunjung dengan pelayanan buka 24 jam serta memiliki fasilitas yang lainnya sebagai peningkatan produktivitas perusahaan, keuntungan dan pelayanan.

Tabel 1

Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Aseantino, Dra. Ngesti Lestari, M.Si, Drs. Agus Riyanto (2013)	Accun Purba (2015)	Muhammad Nur Rizky Akil	Lina Sinatra dan Rini Darmastuti (2008)	Tri Kumariyah (2016)
Judul Penelitian	Analisis Fungsi Pameran Arsip Sebagai Sarana Penyampaian Informasi Kepada Publik Oleh Badan Arsip Dan Perpus Provinsi Jawa Tengah Pada Pameran Arsip Keliling Di Kota Pekalongan	Pelayanan Jasa dan Peningkatan Citra Instansi Perusahaan PT Angkasa Pura II (Persero) (Studi Korelasional Kegiatan Pelayanan Jasa Terhadap Peningkatan Citra Instansi Perusahaan PT Angkasa Pura II Di Mata Pengguna Jasa Penerbangan	Fungsi dan Peran Corporate Communication dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.	Kajian Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Tengah	Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Kasus di Perusahaan Pringsewu Baturraden Purwokerto)

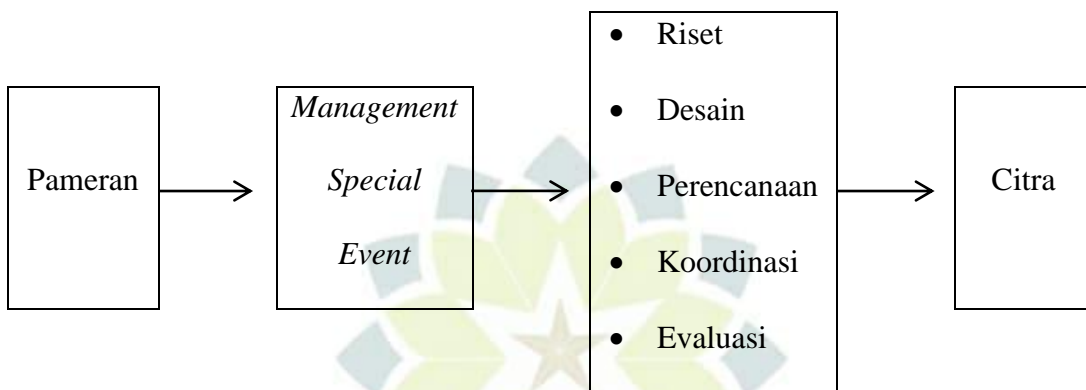
		Domestik Di Bandara Polonia Medan)			
Metode Penelitian	Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analistik	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional	Metode studi kasus deskriptif kualitatif	Metode deskriptif kualitatif	Metode deskriptif kualitatif
Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa, pameran memiliki peranan penting sebagai sarana penyampaian informasi kepada publik untuk dapat peduli dalam melestarikan arsip, dan dengan melihat antusiasme masyarakat yang datang mengunjungi pameran terlihat bahwa diadakannya pameran menjadi jembatan bagi Badan Arsip dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah dan masyarakat	Hasil dari jurnal ini dapat disimpulkan banyak berbagai macam cara untuk memelihara citra perusahaan. Kegiatan pelayanan di PT. Angkasa Pura II (Persero) dapat meningkatkan citra perusahaan dengan pelayanan yang ditawarkan, walaupun masalah sering kali ditemukan namun petugas dapat ditutupi dan cukup	Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan corporate communication sebagai divisi yang berhubungan dengan segala bentuk komunikasi yang dilakukan Garuda Indonesia memiliki andil yang cukup besar proses pembentukan citra perusahaan. Beberapa indikator yang dapat dijadikan penilaian atas keberhasilan PT. Garuda Indonesia	Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa program PR, pembentukan citra di perguruan tinggi swasta sangat penting sekali. Pemberian perhatian publik internal, dalam hal ini mahasiswa, pengajar maupun staff non akademik, perhatian tersebut dapat berimbas pada pembentukan citra yang baik dari perguruan tinggi swasta tersebut dimata	Hasil dari penelitian yang ditelitinya dapat disimpulkan peranan PR menjadi komunikator bagi publik internal dan eksternal baik hubungan dengan karyawan atau masyarakat. Peran PR sebagai fasilitator memanfaatkan kegiatan kunjungan ke instansi, hal ini dapat menjalin relasi antara perusahaan dengan instansi lain. Peranan PR

	<p>sekita. Hal ini menjadi ketertarikan tersendiri dengan diadakannya pameran, sudah mampu mempromosikan layanan arsip.</p>	<p>responsif terhadap pengaduan - pengaduan yang ada.</p>	<p>(Persero) Tbk. dalam meningkatkan citra, menjadi maskapai dengan peningkatan jumlah penumpang yang menggunakan maskapai Garuda Indonesia dari tahun ke tahun, berbagai penghargaan yang diukir. Indikator-indikator tersebut menjadikan perusahaan terus meningkatkan citra, dengan memiliki penghargaan dan menjadi maskapai yang jumlah penumpangnya meningkat pertahunnya akan dapat meningkatkan citra perusahaan. Upaya tersebut</p>	<p>mahasiswa. Citra merupakan cerimanan apa yang dipikirkan dan apa yang didasarkan. Melalui pihak internal peran PR perguruan tinggi swasta dapat membentuk citra. Pembentukan citra dalam upaya peningkatan intake mahasiswa juga dijalin melalui publikasi media, hal ini dapat terlihat hubungan dengan media dapat terjalin dengan serius dan kontinyu. Teknik ini cukup efektif untuk menyebarkan informasi yang baik di media akan membentuk citra positif kepada masyarakat.</p>	<p>sangat menunjang citra perusahaan, tidak hanya itu perusahaan Pringsewu Baturraden Purwokerto mempunyai fasilitas untuk pengunjung dengan pelayanan buka 24 jam serta memiliki fasilitas yang lainnya sebagai peningkatan produktivitas perusahaan, keuntungan dan pelayanan.</p>
--	---	---	--	--	--

			dapat masuk dalam point citra positif perusahaan.		
Relevansi Dengan Penelitian Yang Akan Dilaksanakan	Penelitian terdahulu memberikan sumbangsih tentang tujuannya diadakannya pameran sebagai komunikasi antara Badan Arsip Dan Perpus Provinsi Jawa Tengah dan masyarakat	Penelitian ini memberikan sumbangsih tentang peningkatan citra melalui pelayanan jasa untuk meningkatkan citra perusahaan .	Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsih banyak indikator— indikator yang dapat mempengaruhi citra perusahaan. tentang citra perusahaan dan memelihara citra perusahaan	penelitian terdahulu membeikan sumbangsih tentang meningkatkan citra lembaga melalui publik internal dan public eksternal	Penelitian terdahulu memberikan sumbangsih pada peranan PR dalam meningkatkan citra perusahaan
Perbedaan Dengan Penelitian Yang Akan Dilaksanakan	Perbedaan penelitian terdahulu ini terletak pada citra, penelitian ini berbicara tentang fungsi pameran sebagai sarana penyampaian informasi sedangkan peneliti meneliti tentang pengelolaan pemeliharaan citra melalui pameran.	Perbedaan yang ada dalam penelitian ini, penelitian terdahulu memakai metode penelitian kuantitatif korelasional	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang diteliti, penelitian terdahulu meneliti tentang fungsi dan peran corporate communication dalam meningkatkan citra perusahaan sedangkan peneliti meneliti tentang	Perbedaan penelitian terdahulu kajian peran pr dalam meningkatkan citra perusahaan sedangkan peneliti meneliti tentang pengelolaan pemeliharaan citra melalui pameran	Perbedaan penelitian terdahulu meningkatkan citra melalui peran PR sebagai informan, fasilitator dan komunikator. Peneliti meneliti pengelolaan pemeliharaan citra melalui pameran

			pengelolaan pemeliharaan citra melalui pameran		
--	--	--	--	--	--

1.6.2 Landasan Konseptual



Gambar 1.1
Landasan Konseptual

1.6.2.1 Pameran

Jefkins (dalam Yadin 2003:209) bahwa, pameran merupakan suatu kegiatan *public relations* dengan memanfaatkan acara pameran untuk mencapai tujuan-tujuannya. Hal ini dapat menjadikan kegiatan PR dengan pameran sangat berkaitan erat. Keberhasilan suatu pameran tidak terlepas dari agenda yang sudah direncanakan dan sudah dipersiapkan matang-matang, kegiatan PR ini mempunyai kegunaan atau manfaat bagi keberhasilan penyelenggaraan pameran.

- a. Para promotor pameran menjadikan pameran ini sebagai PR.
- b. Penyelenggara pameran dapat memperbesar nilai kegiatan pameran tersebut dengan cara mempublikasikan dengan memanfaatkan jasa sebuah pusat penerangan.
- c. Gerai pameran dipergunakan secara khusus untuk tujuan-tujuan PR.

1.6.2.2 Management Special Event

Melaksanakan suatu event tentunya tidak akan pernah terlepas dari aktifitas manajemen. Sukses atau tidaknya event yang diselenggarakan akan ditentukan dari seberapa baik special event management yang dilakukan oleh pihak penyelenggara. Terlebih lagi event tersebut bertaraf nasional atau bahkan internasional yang tidak dapat sembarangan seperti halnya pameran yang diadakan oleh Kementerian Pertanian. Proses manajemen special event yang matang dibutuhkan untuk mencapai harapan dan tujuan yang telah ditentukan.

Management event yang baik merupakan rangkaian event yang terstruktur demi mencapai tujuan-tujuan event tersebut. Goldblatt (2014:45) memberikan pernyataan, untuk melaksanakan suatu special event goldblatt membagi lima tahap yaitu, riset, perencanaan, desain, koordinasi, dan evaluasi.

1. Riset

Pada riset ini dilakukan untuk menentukan kebutuhan, keinginan dan ekspektasi khalayak sasaran. Jadi mereka berharap tertarik pada kegiatan yang diadakan. Dalam tahap riset terdapat lima hal penting yang yaitu 5W, yang terdiri atas *who, why, when, where, what*.

2. Desain

Tahap desain merupakan tahapan yang sangat penting, hal ini dapat menjadikan desain menjadi hal yang paling berkesan untuk masyarakat yang hadir pada kegiatan pameran tersebut.

3. Perencanaan

Tahapan perencanaan merupakan sesuatu fungsi yang sangat vital sebagai pedoman pelaksanaan program. Perencanaan disusun berdasarkan data-data yang telah diperoleh melalui riset sebelumnya sehingga tujuan pelaksanaan special event dapat berjalan dengan semestinya.

4. Koordinasi

Tahap koordinasi merupakan tahap menjalin kerjasama tim dan kerjasama dengan perusahaan *event organizer*. Pada special event memerlukan baerbagai keahlian sehingga suksesnya acara ini dapat mengangkat citra perusahaan. Hal ini menjadikan bahwa tahap koordinasi akan bersama-sama mencapai tujuan untuk menghasilkan acara yang sukses.

5. Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan tahap akhir dari suatu rangkaian acara. Pada dasarnya evaluasi merupakan pembelajaran untuk event yang selanjutnya akan dilaksanakan.

1.6.2.3 Citra

Citra lembaga yang baik memberikan manfaat jangka panjang bagi lembaga pada saat mengalami masa jaya maupun menghadapi berbagai macam krisis.

Definisi citra menurut Rakhmat (2004) beliau mengemukakan citra merupakan karakter suatu perusahaan yang dibangun untuk mencapai persepsi baik, baik dari publik internal dan publik eksternal. Pembentukan citra di wilayah

publik internal dengan memperoleh persepsi yang baik dan juga loyalitas karyawan, pembentukan di wilayah publik eksternal citra dibentuk oleh publik itu sendiri dengan tujuan agar perusahaan tersebut dapat diterima ditengah-tengah masyarakat

Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima oleh seseorang. Pengetahuan dan informasi tersebut membentuk persepsi seseorang membentuk citra suatu perusahaan. Ujung tombak citra perusahaan terdapat pada persepsi masyarakat. Yulianita (2001) mengemukakan bahwa agar perusahaan /organisasi kita memperoleh image yang baik maka PRO dapat mengupayakan dengan jalan menciptakan sesuatu yang baik untuk menunjang tercapainya tujuan. Dimana image/citra tersebut diperinci adalah untuk :

- a. Menciptakan *public understanding* (pengertian publik)
- b. *Public Confidence*
- c. *Public Support*
- d. *Public Cooperation*

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di Biro Hubungan Masyarakat dan Informasi Publik, Subbagian Pameran dan Peragaan Kementerian Pertanian Republik Indonesia Jalan Harsono RM No. 3, Ragunan, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12550. Alasan peneliti memilih tempat ini karena Subbagian Pameran dan Peragaan sangat rutin menggelar pameran pada hari nasional yang berkaitan tentang pertanian ataupun turut memeriahkan hari-hari nasional lain.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena dapat menjelaskan secara komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial. (Mulyana, 2006:201).

3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Data langkah-langkah dalam melakukan riset untuk melaksanakan kegiatan pameran.
- b. Data langkah untuk menentukan desain kegiatan pameran.
- c. Data tahap perencanaan pelaksanaan pameran demi kesuksesan pameran.
- d. Data tahap koordinasi antara Kementan dan pihak event organizer.
- e. Data tahap evaluasi dari kegiatan pameran Kementan.

4. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh pada penelitian ini adalah :

- a. Untuk memperoleh data langkah-langkah dalam melakukan riset untuk melaksanakan kegiatan pameran didapat dari Kepala Subbagian Pameran dan Peragaan sebagai sumber data primer. Kemudian sebagai sumber data sekunder adalah para staff Subbagian Pameran dan Peragaan.
- b. Untuk memperoleh data tentang langkah untuk menentukan desain kegiatan pameran didapat dari Kepala Subbagian Pameran dan Peragaan sebagai sumber data primer. Kemudian data sekunder didapat dari para staff Subbagian Pameran dan Peragaan

- c. Untuk memperoleh data tentang tahap perencanaan pelaksanaan pameran demi mensukseskan pameran didapat dari Kepala Subbagian Pameran dan Peragaan sebagai sumber data primer. Kemudian data sekunder didapat dari para staff Subbagian Pameran dan Peragaan.
- d. Untuk memperoleh data tentang tahap koordinasi antara Kementan dan pihak event organizer didapat dari Kepala Subbagian Pameran dan Peragaan sebagai sumber data primer. Kemudian data sekunder didapat dari staff Subbagian Pameran dan Peragaan.
- e. Untuk memperoleh data tentang tahap evaluasi dari kegiatan pameran Kementan didapat dari Kepala Subbagian Pameran dan Peragaan sebagai sumber data primer. Kemudian data sekunder didapat dari staff Subbagian Pameran dan Peragaan.

5. Teknik Pemilihan Informan

Peneliti menggunakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan. Pertimbangan ini misalnya orang yang dijadikan narasumber merupakan orang yang dianggap sudah tahu atau paling mengerti tentang apa yang diharapkan dan dibutuhkan peneliti sehingga memudahkan peneliti menjelajahi situasi yang akan diteliti. Narasumber yang dijadikan objek merupakan orang yang berkaitan dan memiliki pengetahuan langsung dibidangnya, yaitu staff di Biro Humas dan Informasi Publik khususnya di Subbagian Pameran dan Peragaan.

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini penulis mewawancarai Kepala Subbagian Pameran dan Peragaan beserta staffnya untuk pengumpulan informasi dan data penelitian. Tujuan dari wawancara tersebut memperoleh data tentang proses pelaksanaan kegiatan pameran dalam pengelolaan pemeliharaan citra Kementerian Pertanian, karena wawancara pada penelitian ini adalah hal yang utama untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif

b. Observasi

Teknik observasi nonpartisipan digunakan peneliti mengingat bahwa observasi yang menjadikan peneliti sebagai penonton atau penyaksi terhadap gejala atau kejadian yang menjadi topic penelitian. Observasi nonpartisipan ini peneliti hanya melihat serta mendengarkan pada kegiatan dan situasi tertentu tanpa partisipasi aktif didalamnya.

c. Teknik Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah penelusuran berbagai informasi yang berasal dari tempat penelitian. Studi ini penulis lakukan untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk penelitian penulis

d. Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah data terkumpul. Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema, maka dalam penelitian ini analisis data yang dilakukan menggunakan analisis data kualitatif.

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari observasi dan wawancara. Setelah dipelajari selanjutnya mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan cara membuat abstraksi. Langkah selanjutnya adalah penyusunannya dalam satuan-satuan itu kemudian dikategorisasikan pada langkah berikutnya. Tahapan akhir dari analisis data ini adalah mengadakan pemeriksaan keabsahan data serta mengambil kesimpulan.

Analisis data dilakukan dengan lima cara, yaitu :

- 1) Klasifikasi dan kategorisasi data.
- 2) Reduksi data adalah pengertian ulang dari semua data dan uraian yang terarah sistematis
- 3) Mencari hubungan antara data dengan data.
- 4) Mencari hubungan antara data dengan teori
- 5) Menarik kesimpulan.

